Zeitschrift: Jahresbericht / Schweiz Tourismus
Herausgeber: Schweiz Tourismus
Band: - (2016)

Artikel: Schweizer Plakatkunst setzt Akzente
Autor: Brändle, Christian
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-685599

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 15.07.2025

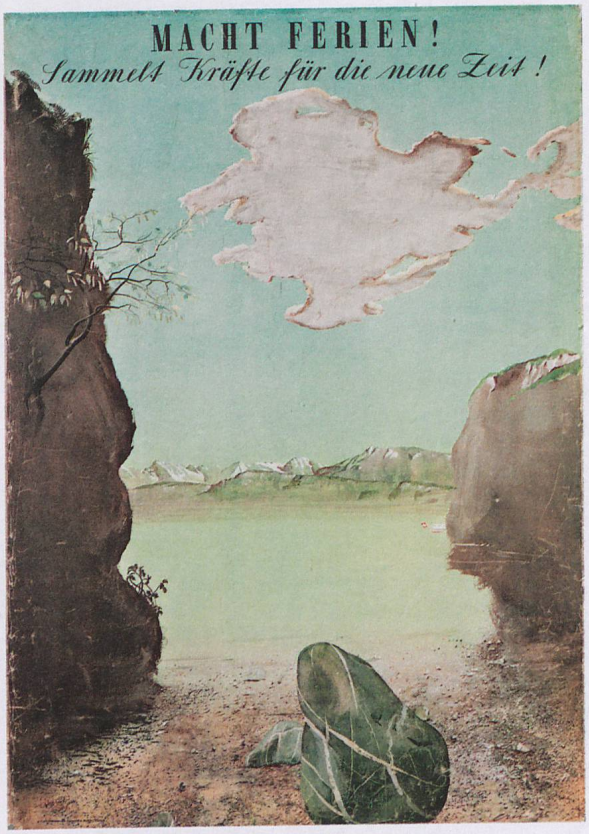
ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

© Museum für Gestaltung Zürich, Plakatsammlung @ ZHdK

Emil Cardinaux
1920 schuf er die erste Plakatreihe für die SVZ – mit überwältigenden Schweizer Landschaften findet er grosse Anerkennung, weit über die Landesgrenzen hinaus.

© Domenica Carigiet

Alois Carigiet
Das SVZ-Plakat des Schellenursli-Erfinders und Grafikers Alois Carigiet provoziert 1941 mit einer vermeintlich offenen Bluse.



© Museum für Gestaltung Zürich, Plakatsammlung @ ZHdK

Hans Erni
1944 war Hans Erni mit seinem Plakat «Gesellschaft Schweiz-Sowjetunion» in einen Skandal verwickelt. Ein Jahr später gestaltete er ein SVZ-Plakat, auf dem Gerüchten zufolge absichtlich eine Wolke abgebildet ist, die entfernt an die Sowjetunion erinnern soll.

© Museum für Gestaltung Zürich, Plakatsammlung @ ZHdK

Philipp Giegel / Hans Küchler
1964 warb die SVZ für eine Rast in der Schweiz während der Europareise. Giegel lieferte die Fotografie für dieses Plakat und Küchler übernahm die Gestaltung.

Schweizer Plakatkunst setzt Akzente

Werke von Weltformat sorgen seit 1920 regelmässig für Aufsehen: Die SVZ fährt grosse Namen auf, wenn es um kunstvolle Plakatwerbung geht. Emil Cardinaux, Alois Carigiet und Herbert Leupin bürgen für zündende Ideen.

«Ich bin tief bestürzt, dass der Direktor mit der Herausgabe eines solch abnormalen Plakates einverstanden ist!», lässt am 18. Dezember 1941 ein empörter Anrufer den Empfang der Verkehrszentrale wissen. «Eine Dame, die ihre Bluse öffnet, um ihren Busen zu zeigen, der noch mit einer Landschaft bemalt ist!! Und noch obendrein vergnügt lächelt!»

Kunst und Design vom Feinsten

Die zornige Telefonnotiz gilt dem Plakat «Innere Kraft durch Winterferien». Das Skandalwerk stammt von keinem geringeren als Alois Carigiet, dem Schöpfer des «Schellenursli». Der Bündner gehört wie alle Gestalter, die für SVZ-Kampagnen zu Feder, Pinsel, Stift und Kamera greifen, zu den Besten ihrer Zunft. Provokativ, pointiert und unverkrampft gehen sie ans Werk. Mit ihrer Handschrift prägen die Könner nicht nur das Image des Reiselandes, sondern auch das internationale Renommee von Schweizer Grafik- und Designkunst.

Das Plakat bleibt bis ins 21. Jahrhundert hinein das wichtigste und beständigste Format der Landeswerbung. Ist die erste Ära von expressionistischen Kunstplakaten geprägt, schmücken ab den 1930er-Jahren vermehrt vergnügte Szenen die Litfasssäulen. Zur Geistigen Landesverteidigung im Zweiten Weltkrieg gehören patriotische Motive wie «Schweizer Heimat. Kraftvoll und herb». Ab den 1980er-Jahren werden zunehmend Schrift und knackige Slogans wichtig und das packende Bild führt in der Werbesprache von Schweiz Tourismus Regie.

Sommerkampagne «Macht Ferien – schafft Arbeit»: Zum ersten Mal wird die Bedeutung des Tourismus für die Volkswirtschaft gezeigt.

Der Film «Ein Volk fährt Ski» verbindet militärische und touristische Aspekte und wird im Ausland sowie nach Kriegsende den US-Soldaten auf Ferienreise in der Schweiz gezeigt. Die Schweiz vermarktet sich so als attraktive Winterdestination.

1940 1941 1943

Aufgrund der Treibstoffknappheit werden motorisierte «Vergnügungsfahrten» verboten.

«Künstlerisch war die Schweiz im Grafikdesign über Jahrzehnte die zentrale Referenz.»

Christian Brändle leitet seit 2003 das Museum für Gestaltung Zürich und ist Co-Kurator der Jubiläumsausstellung «Macht Ferien!». Davor arbeitete der studierte Architekt unter anderem für die Kunsthalle Basel und das Opernhaus Zürich. Im Interview schätzt er die künstlerische Leistung der Plakate von SVZ/Schweiz Tourismus ein.

Welches ist Ihr Lieblingsplakat von Schweiz Tourismus respektive der SVZ und warum?
«All roads lead to Switzerland» von Herbert Matter, 1935 (siehe Seite 12). In dieser Arbeit ist alles angelegt, was ein gutes Plakat ausmacht: Eine hervorragende Bilddramaturgie mit der enormen Tiefenwirkung vom Kopfsteinpflaster bis zu den Schneegipfeln; eine plakative, weil reduzierte Farbigkeit und vor allem eine Geschichte, die sich im eigenen Kopf abspielt. Beim Anblick dieses Plakates möchte ich mich sofort in ein Cabriolet setzen und die Serpentine hinunterbrausen. Kommt noch dazu, dass der hellere, dreieckige Strassenraum einen idealen Hintergrund bildet, um mit der roten Schrift verschiedene Sprachvarianten zu realisieren.

Welcher Künstler hatte die Schweizer Tourismusplakate am stärksten beeinflusst?
Matter mit seinem innovativen Einsatz der Fotografie und der Collagetechnik gehört da sicher dazu. Sein Werk hat der Schweizer Grafik insbesondere in Amerika zu grosser Anerkennung verholfen. Und dieser Ruf hat bis heute Bestand. Aber auch Heroen wie Burkhard Mangold, Walter Herdeg oder Carlo Vivarelli haben absolute Pionierarbeit geleistet.

Welche Zutaten brauchte es damals für ein gutes Tourismusplakat, welche heute?
Ein gutes Plakat besticht mit einem attraktiven Visual und einer klugen Vertextung. Es weckt Sehnsüchte und Reisebegehren. Und beachtlich oft vermittelt ein Tourismusplakat auch ein Lebensgefühl: «Da will ich auch hin, so will ich mich auch fühlen» sind ewig gültige Zielbotschaften.

Wie schätzen Sie die künstlerische Leistung der Schweizer Tourismusplakate im Vergleich zum Ausland ein?
Künstlerisch war die Schweiz im Grafikdesign über Jahrzehnte die zentrale Referenz. Diese Innovationskraft hat inzwischen deutlich nachgelassen, ein Umstand, der bedauernswert ist und sicher auch mit der Risikobereitschaft des Auftraggebers zusammenhängt. Heute finde ich hingegen die auffallende Qualität der verwendeten Fotografien bemerkenswert und ich schätze, dass die Schweiz auch regelmässig mit einem Augenzwinkern und Humor beworben wird.

Hat das Plakat als Werbemittel heute noch eine Bedeutung?
Das Plakat ist nach wie vor der beliebteste Werbeträger. Plakate geniessen in der Bevölkerung eine breite Akzeptanz und werden, ganz im Gegensatz zu all der TV- oder Bannerwerbung, nicht als Belästigung wahrgenommen. Wer mit seiner Botschaft eine möglichst breite Öffentlichkeit adressieren will, der hat mit dem Plakat eine hervorragende Option. Und wenn das Blatt auch noch herausragend gestaltet ist, dann nehmen wir es mit Freude in unsere Plakatsammlung auf – die grösste der Welt.

© Museum für Gestaltung Zürich, Plakatsammlung @ ZHdK

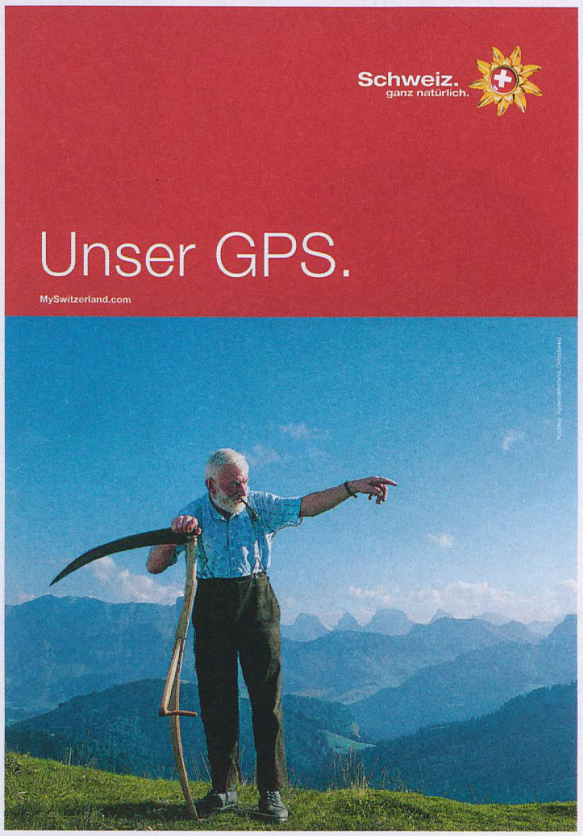
Donald Brun
Für die SVZ gestaltete der gelernte Reklamezeichner Donald Brun 1945 das Plakat «Vacances de Printemps». Mit seinen Werken schrieb er Schweizer Grafikgeschichte. Im Jahr 1952 war Donald Brun Mitbegründer der Alliance Graphique Internationale (AGI).

© The Herbert Matter Estate/Fotostiftung Schweiz

Herbert Matter
Herbert Matter gilt wegen seines innovativen Einsatzes der Fotografie und der Collagetechnik als Gründervater des modernen Fotoplakats. Das SVZ-Winterplakat von 1934 ist Teil einer Matter-Dauerausstellung im MoMA, New York.

© Museum für Gestaltung Zürich, Plakatsammlung @ ZHdK

Herbert Leupin
Ohne ihn gäbe es keine lila Kuh von Milka. Seine Plakatkunst widmete er aber vor allem typischen Schweizer Marken – so auch im Namen der SVZ. Diese Plakate beeindrucken besonders durch Leichtigkeit und Humor.



© Schweiz Tourismus

Schweiz Tourismus
Und so wird in der Gegenwart für das Reiseland Schweiz geworben: die Sommerkampagne 2006 «Unser...», gestaltet von Spillmann/Felser/Leo Burnett (SFLB). Peter Felser, späterer Schöpfer von Sebi & Paul, setzte bereits hier ein Klischee in einen originellen Kontext.